



# VIVES

RESEARCH CENTER FOR REGIONAL ECONOMICS

**VIVES**  
**BRIEFING**  
2016/01

# Exportpromotie Vlaanderen als Buffer tegen de Crisis?

**Johannes Van Biesebroeck**

KU Leuven  
CEPR

**Jozef Konings**

KU Leuven  
CEPR

**Christian Volpe Martincus**

Inter-American Development Bank

**KU LEUVEN**

# EXPORTPROMOTIE VLAANDEREN ALS BUFFER TEGEN DE CRISIS?

**Johannes Van Biesebroeck**

**Jozef Konings**

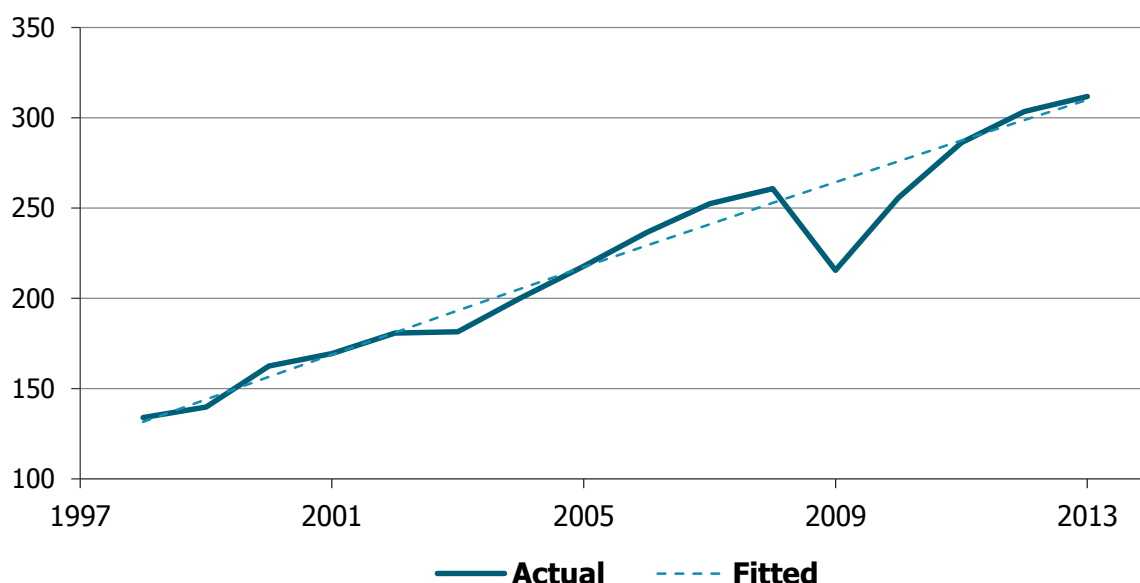
**Christian Volpe Martincus**

## INLEIDING

De financiële crisis van 2008-2009 ging gepaard met een plotse daling in de Vlaamse export van meer dan 20%, zie Figuur 1. Even onverwacht is dat de export al in 2011 opnieuw het niveau behaalde van vóór de crisis, waarbij terug werd aangesloten met de lange termijn exportgroei (stippellijn). Verschillende onderzoekers wijzen op het belang van globale

productienetwerken, kredietbeperkingen bij ondernemingen en kosten van internationale handel om de 'great trade collapse' te verklaren. Verrassend genoeg is er weinig geweten over de rol van overheidsinterventie bij exporterende ondernemingen tijdens de crisis. In deze VIVES briefing vatten we daarom de voornaamste resultaten samen van een nieuwe VIVES studie<sup>1</sup>. Deze studie zoemt in op de vraag of Vlaamse overheidssteun in de vorm van exportpromotie een rol heeft gespeeld bij het snelle herstel van de Vlaamse export.

**Figuur 1: Vlaamse export evolutie tijdens de Grote Recessie.**



Bron: Berekeningen door de auteur, gebaseerd op 'firm level export' data van de NBB

<sup>1</sup> Van Biesebroeck, J., Konings, J. and Volpe, C. (2016). "Did Export Promotion Help Firms Weather the Crisis?" *VIVES Discussion Paper 51*, KU Leuven (also NBB working Paper 291).

## WAT VERSTAAN WE ONDER EXPORTPROMOTIE?

*Flanders Investment & Trade (FIT)* is het agentschap in Vlaanderen dat helpt exporteren. Het FIT wordt voornamelijk gefinancierd door de Vlaamse overheid. Haar grootste kost bestaat uit het in stand houden van een netwerk van kantoren in België en het buitenland met de daarbij horende personeelskosten. Bijna een kwart van het budget van het FIT (13,5 miljoen euro in 2009) gaat naar bedrijfssubsidies voor handelsmissies en deelnames aan handelsbeurzen. De gemiddelde subsidie is vrij bescheiden en bedraagt ongeveer €2000 per aanvraag. Daarnaast organiseert FIT ook seminars, vergaderingen met mogelijke buitenlandse klanten, helpt het ondernemingen bij het zoeken van gepaste partners, etc..

Exportpromotie door het FIT kan dus gezien worden als een facilitator om internationale handel voor ondernemingen toegankelijker te maken. Exportpromotie in deze context omvat met andere woorden geen directe exportsubsidies, die overigens niet zijn toegestaan in de EU- en WTO-verdragen. In onze analyses maken we gebruik van gedetailleerde informatie over de exportpromotiesteun van het FIT aan ondernemingen in Vlaanderen en we koppelen dit aan vertrouwelijke informatie over de export en exportbestemmingen van alle Vlaamse exporteurs. Dit laat ons toe om exporteurs die steun hebben genoten van het FIT, te vergelijken met een controlegroep van Vlaamse ondernemingen die geen gebruik hebben gemaakt van dergelijke exportsteun. We passen in de analyses technieken toe die zo goed mogelijk controleren voor zelfselectie,

zodat we op een vrij accurate manier de impact van exportpromotie kunnen inschatten. Het onderzoek concentreert zich op de impact van 2008-2010.

## IMPACT VAN EXPORTPROMOTIE OP DE VLAAMSE EXPORT

Exportpromotie blijkt twee belangrijke en statistisch significant effecten te hebben op de export in Vlaanderen tijdens de crisisperiode. Ten eerste vinden we dat ondernemingen die exportsteun hebben ontvangen, makkelijker overleven in hun exportmarkt, vooral in markten ver weg, buiten de EU. Gemiddeld hebben ze 6% meer kans om te overleven tijdens de crisis in vergelijking met exporteurs die geen steun hebben ontvangen. Ten tweede blijven ondernemingen met exportsteun ook meer volume exporteren (gemiddeld 20% meer) in vergelijking met een controlegroep van exporteurs die geen steun genoten. Dit is een belangrijke vaststelling omdat de grote daling in de export tijdens de crisis vooral gedomineerd werd door veranderingen in de 'intensieve marge', met name een scherpe daling van de verkoopsvolumes in bestaande exportmarkten. Figuur 2 illustreert dat tijdens de crisis het gemiddelde export volume per bedrijf sterk daalde, terwijl het aantal exporteurs redelijk stabiel bleef. Figuur 3 toont aan dat ook het aantal producten en exportmarktbestemmingen behoorlijk constant bleef tijdens de crisis, terwijl het gemiddelde exportvolume per markt verminderde. De Figuren 2 en 3 duiden dus op een belangrijke verandering tijdens de crisis in de 'intensieve marge' (gemiddelde export per bedrijf en per exportmarkt), maar niet in de 'extensieve marge' (aantal exporteurs, aantal exportproducten en -markten).

Deze resultaten impliceren dat een belangrijk effect van exportpromotie schuilt in het overleven in de exportmarkt in slechtere tijden. Dit wordt ook duidelijk wanneer we rekening houden met exportbestemmingen. We gingen meer bepaald na of bedrijven die genieten van exportsteun ook beter presteren in termen van meer export naar markten die sterk te lijden hebben onder de crisis. De resultaten bevestigen dit en suggereren dat de betere exportprestaties van bedrijven met exportsteun te maken hebben met betere overlevingskansen op de markten die het meest getroffen zijn door de crisis en niet door hogere exportvolumes naar deze markten.

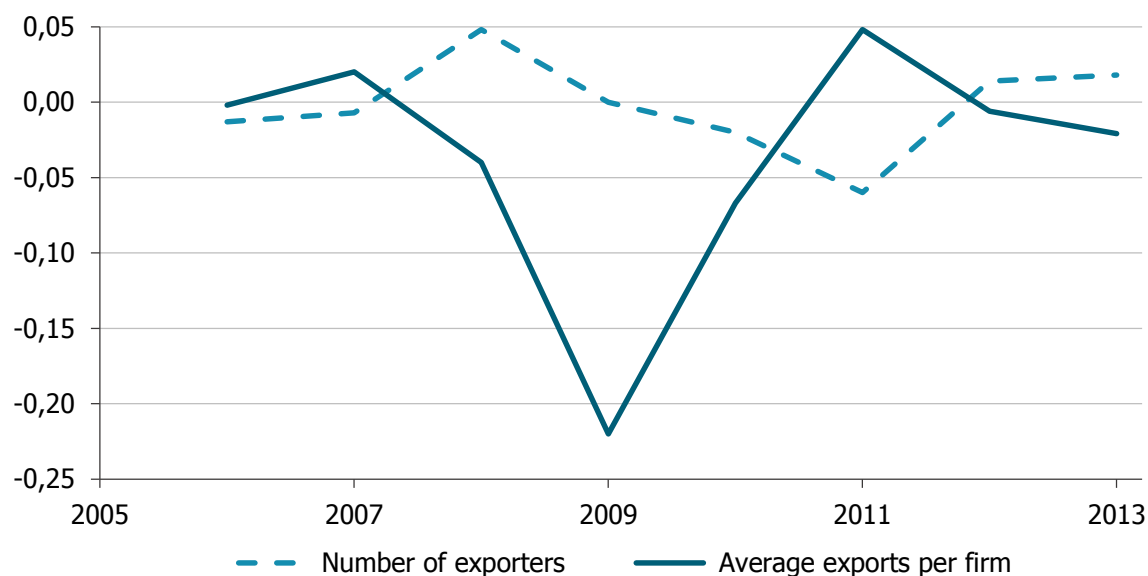
### IS HET ALLEMAAL DE MOEITE WAARD?

Niettegenstaande onze resultaten wijzen op een positieve impact op de exportprestaties van individuele ondernemingen die gebruik gemaakt hebben van de exportsteun van het FIT, is het mogelijk dat de kosten geassocieerd

met deze programma's de voordelen overtreffen. Een volledige kosten-baten analyse vereist dan ook gedetailleerde informatie over de variabele en vaste kosten die gepaard gaan met het voorzien van deze diensten, vooral wat betreft de 'marginale' (of elke bijkomende) exportsteun. Daarnaast dient dergelijke analyse ook een evaluatie te maken van de mate waarin de geleverde diensten van het FIT in het kader van exportpromotie de private bedrijfsuitgaven verdringen en in hoeverre een publiek programma ondernemingen toelaat duplicatiekosten te vermijden. Wat de voordelen betreft, is het uiteraard van groot belang of de ondersteunde bedrijven al dan niet in staat zijn om voordelen op lange termijn te realiseren. Het is belangrijk op te merken dat hoewel het netto maatschappelijk voordeel van een extra dollar of euro export moeilijk in te schatten is, deze hoogstwaarschijnlijk hoger zal zijn in periodes van recessie.

Desondanks kunnen we twee besluiten maken. De totale Vlaamse export bedraagt ongeveer €300 miljard. We vinden voor het

**Figuur 2 Evolutie van het aantal exporteurs en het gemiddeld exportvolume per bedrijf**

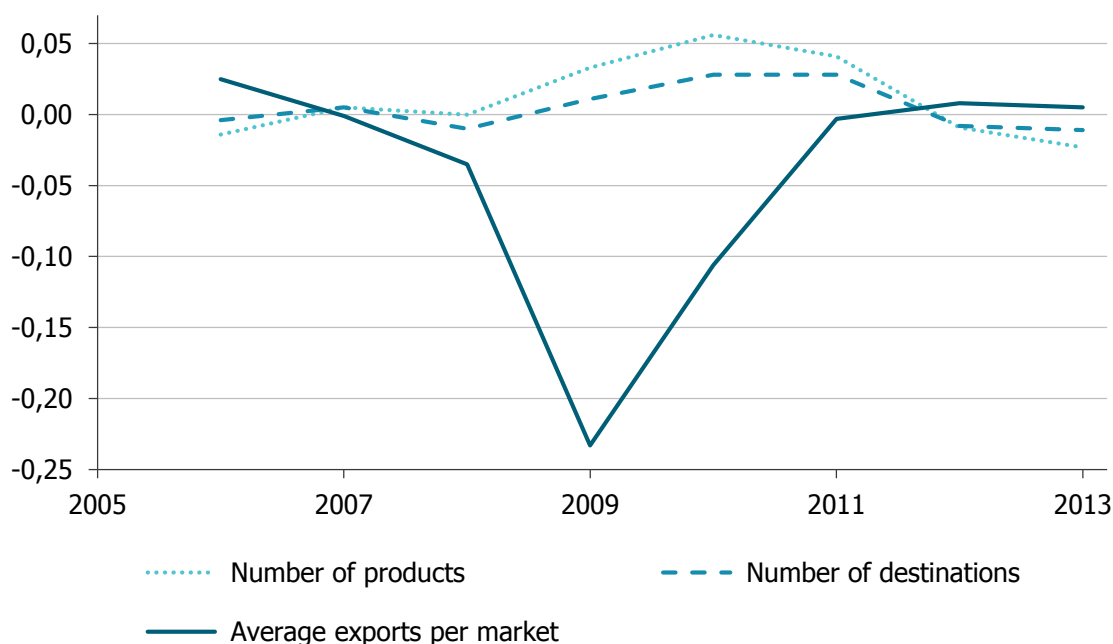


gemiddeld bedrijf met exportsteun een relatieve exporttoename met 20%, wat toegepast op het totaal exportvolume van Vlaanderen neerkomt op een zeer aanzienlijk bedrag. Zelfs wanneer slechts een kleine fractie van deze bijkomende export wordt meegerekend als welvaartswinst zullen dergelijke exportpromoverende programma's zichzelf meerdere malen terugbetalen. In het bijzonder tijdens een cyclische recessie is alles wat de effectieve vraag stimuleert, waardevol. Het is echter onmogelijk te weten hoe de efficiëntie van het programma evolueert wanneer het zou worden uitgerold naar *alle* exporteurs.

Een meer beperkte benadering om de netto effecten van exportpromotie te schatten, impliceert het maken van redelijke veronderstellingen en een eenvoudige 'back of the envelope' berekening gebaseerd op onze geschatte variabelen en het exportpromotie budget. Zo kunnen we bijvoorbeeld focussen op het rendement van de investering vanuit het

standpunt van de overheid. Met andere woorden: zijn de extra belastinginkomsten uit de bedrijfswinsten van exporteurs minstens even groot of groter dan de uitgaven voor exportpromotie? We houden enkel rekening met de bijkomende vennootschapsbelasting en niet met de winsten uit de persoonlijke inkomstenbelastingen. Deze laatste vereist immers assumpties over de export per werknemer en welke jobs een netto positief effect hebben op de economie. We passen de winstmarge toe die we observeren in de jaarrekeningen van exportbedrijven -deze varieert tussen 3,5% in 2008 en in 2010 en 2,1% in 2009- en we maken gebruik van de effectieve vennootschapsbelasting van 24%. Onder deze assumpties vinden we een positief netto effect van exportpromotie op de opbrengsten van de overheid. In het bijzonder vinden we dat de netto winst in overheidsopbrengsten (opbrengsten uit vennootschapsbelasting minus de kost van de

**Figuur 3 Evolutie van het aantal exportproducten en -markten en het gemiddeld exportvolume per markt**



steun) varieert tussen €5,2 miljoen in 2008 en €41,8 miljoen in 2010 wanneer we uitgaan van de meest conservatieve schattingen. Hoewel deze eenvoudige kosten-baten berekening aantoont dat de kosten van exportpromotie volledig worden gecupereerd, blijft het netto voordeel in termen van extra overheidsinkomsten beperkt.



Vlaams Instituut voor Economie en Samenleving  
Waaistraat 6 - bus 3550  
3000 Leuven, Belgium



### **Johannes Van Biesebroeck**

Professor Economie, KU Leuven  
CEPR Fellow, London  
[jo.vanbiesebroeck@kuleuven.be](mailto:jo.vanbiesebroeck@kuleuven.be)



### **Jozef Konings**

Professor Economie, KU Leuven  
CEPR Fellow, London  
Research Director VIVES, KU Leuven  
[joep.konings@kuleuven.be](mailto:joep.konings@kuleuven.be)



### **Christian Volpe Martincus**

Lead Economist at the Integration and Trade Sector,  
Inter-American Development Bank  
[christianv@iadb.org](mailto:christianv@iadb.org)

De VIVES Briefings stellen zich tot doel het debat over de economische en maatschappelijke ontwikkeling van Vlaanderen te stofferen. Dit doen ze door middel van korte bijdragen naar de hand van eigen en geaffilieerde onderzoekers. De briefings zijn veelal gebaseerd zijn op lopend fundamenteel onderzoek.

U kan een elektronische versie van de Briefing terugvinden op de website van VIVES:  
<http://www.feb.kuleuven.be/VIVES>

Reacties op de VIVES Briefing zijn altijd welkom bij:  
[vives@kuleuven.be](mailto:vives@kuleuven.be)